

DZIENNIKARZE I MEDIA W „NEWSROOMIE”. GDY TELEWIZJA ODBIJA SAMĄ SIEBIE

RAFAŁ WIETOSZKO

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński, Kraków

ABSTRACT

Journalists and Media in “The Newsroom” TV Series. When Television Becomes its Own Reflection

“The Newsroom” TV series narrates the story of the newsroom staff who create a daily TV news show. Written by Aaron Sorkin, the tv show depicts the journalists attempting to change the way relaying the information and to get rid of the sensational and tabloid-like topics, in of real impact on the viewers’ lives. The article refers to the way of how the modern media are presented by the producers of both series mentioned above and what an ordinary viewer needs to be aware of while watching TV.

Keywords: information, journalism, newsreels, ethics, representation

W drugim odcinku serialu „Newsroom” (2012–2014) Will McAvoy, jego główny bohater, gwiazda najważniejszego wydania wiadomości w telewizyjnej stacji Atlantis Cable News, idąc na kolegium redakcyjne, spiera się z nową wydawczynią swego programu i była partnerką. On uważa, że powinni zacząć wydanie wiado-

mości „News Night” od pokazania platformy wiertniczej BP¹, która wybuchła trzy dni wcześniej, płonie i tonie.

„Widzę tonącą w oceanie platformę” – próbuje opisać kadr filmu McAvoy. – „To jest dobra telewizja”.

„Nie robimy dobrej telewizji. Robimy wiadomości”² – odpowiada Mackenzie McHale.

Ten dialog wyznacza najważniejszy z wątków serialu. Postawienie w opozycji dobrej telewizji i rzetelnie przygotowanych wiadomości będzie wracać w każdym odcinku. Tworzenie „dobrej telewizji” ma powodować przede wszystkim wzrost liczby widzów. Sposobem na to ma być prezentowanie sensacyjnych tematów, wymagających od widzów zaangażowania emocji, a nie rozumu. Dobór ekspertów nie według ich wiedzy, ale wyrazistości. Wykorzystywanie plotek i konstruowanie seriali medialnych wywołanych przypadkami brutalnych zbrodni. Traktowanie wpisów z mediów społecznościowych jakby były sprawdzonymi źródłami informacji.

Rzetelne wiadomości natomiast, to pokazywanie tego, co może się okazać naprawdę ważne dla odbiorcy (przykładowo zmienić jego sytuację na skutek jego wyborów politycznych) już teraz lub w przyszłości. Dostarczanie nie najbarwniejszej wersji wydarzeń, ale najbardziej rzeczowych argumentów. Działanie w interesie widza, a nie pod presją tego, co może w tym czasie zrobić konkurencja. Dylemat wcale nie jest fikcyjny, filmowy czy podręcznikowy. Karol Małcużyński, doświadczony dziennikarz, który pracował przy tworzeniu programów informacyjnych, twierdzi:

Teraz szefowie chcą tzw. tematów dla ludzi, dlatego w każdym programie mamy po dwie makabry, czytaj „jakieś ludzkie nieszczęście”. [...] przecież telewizja nie jest od tego, aby zaspokajać jedynie te „przeciętne gusta”. Trzeba wręcz narzucać telewizzowi pewien standard. Można robić lepsze tematy, ale nie muszą być one głupkowate (Kucharski 2013).

Wymowny może być przykład podawany przez Łukasza Grassa, byłego prezentera m.in. stacji TVN. W jednym z wywiadów dziennikarz przytacza opis wydarzenia, związanego z przekazaniem informacji o tym, że Jan Paweł II biczował się paskiem od spodni:

Informacja powędrowała na tak zwaną jedynekę, czyli pierwsze miejsce w serwisie informacyjnym, a ja głosem na miarę sensacji XXI wieku powiedziałem widzom o tym niezwykle ważnym i zmieniającym bieg historii wydarzeniu. Dopiero w sa-

¹ 20 kwietnia 2010 roku na platformie wiertniczej BP w Zatoce Meksykańskiej doszło do wybuchu i w konsekwencji wycieku ropy naftowej, który został zatamowany dopiero we wrześniu 2010. Akcja drugiego odcinka serialu toczy się w pierwszych dniach po tej katastrofie. Większość odcinków „Newsroomu” jest powiązana z historycznymi wydarzeniami w roku 2010 i kolejnych. Między innymi dotyczyły one: zabicia Osamy bin Ladena (2011), arabskiej wiosny w Egipcie (2011), zamachu w Bostonie, kiedy podczas maratonu wybuchły dwie bomby i zginęły trzy osoby, a ponad 200 zostało rannych (2013).

² „Newsroom”, sezon 1, odc. 2, czas: 00:03:42.

mochodzie, wracając późnym wieczorem do domu, zdałem sobie sprawę, jak zenująco dałem przedstawienie (Radomski 2012).

Podawania tego typu wiadomości mają unikać bohaterowie „Newsroomu” stworzeni przez scenarzystę Aarona Sorkina. Opozycja pomiędzy „dobrą telewizją”, a rzetelnym informowaniem jest zarysowana tak mocno, iż krytycy serialu podkreślają, że Sorkin użył bohaterów jedynie do wygłaszania, słusznych w swoim mniemaniu, tez o tym, jak powinny działać rzetelne media informacyjne.

W „Newsroomie” widzowie, śledząc losy pracowników programu informacyjnego „News Night” w stacji ACN, otrzymują dwubiegunowy zestaw bohaterów i spraw, gdzie po jednej stronie mamy zepsuty, miałki świat telewizji, a po drugiej grupkę zaangażowanych obywateli wierzących w żmudną, edukacyjną misję zmiany mediów i polityki.

Wiadomości 2.0 z przeszkodami

McHale, która dołączyła do *newsroomu* „News Night” z planem zmiany sposobu prezentowania serwisu, nazwała swój koncept *Wiadomości 2.0*. Według niego *newsy* powinny być dopasowane do kilku zasad: muszą się przydać wyborcom (bo w ten sposób może będą się kierować racjonalizmem, a nie emocjami), opierać się na jak najlepszych argumentach i mieć historyczny kontekst. Na wykonawców jej planu czeka szereg przeszkód.

Serialowa ACN jest prywatną telewizją kablową. *Anchorman* Will McAvoy to jej najbardziej znana postać. Człowiek spełniony, bogaty, sławny. Podręcznikowy prezydent, czyli

[...] nowy typ dziennikarza, już nie „reportera” i nie „redaktora”, lecz „gospodarza programu” dysponującego czasem emisyjnym i zasobami fragmentów dźwiękowych i filmowych, jakie można łączyć ze sobą w całości semiotyczne i ideologiczne. Dziennikarze ci – zwani „ludźmi kotwicami” (*anchorpersons*) – przerastać poczną z czasem pod względem popularności reporterów i publicystów [...] (Bauer 2009, s. 85).

Prezenterowi bardzo zależy na sympatii widzów i na oglądalności. Statystycznych informacji na ten temat regularnie dostarcza mu Reese Lansing, syn właścicielki stacji. Kiedy zespół zabiera się za realizację nowego projektu wiadomości, Lansing spotyka się z Charliem Skinnerem, szefem informacji w ACN, dziennikarskim weteranem. Ten prosi, żeby przestał na jakiś czas informować Willa o statystykach. „Są dwie ważne kwestie – jak robić najlepszy serwis i jak mieć największą widownię. Nie chcę by się przenikały” – Skinner wygłasza zdanie, które w każdym „normalnym” serwisie informacyjnym zostałoby uznane za absolutną herezję. Jego rozmówca rzuca w odpowiedzi jednym tchem: ilu widzów przybyło, w jakim są wieku, ile zarabiają. Na prośby, by jednak nie mówił

nic głównej gwiazdzie stacji, rzuca, że McAvoy jest: „dziwką, która odda się za statystyki”³.

Lansing staje się złym duchem całej historii, pokazywanym najczęściej w kontekście wyników stacji. Dla scenarzysty uosabia jedną z głównych przywar współczesnej telewizji – dyktat słupków oglądalności.

Jeśli Sorkin postanowił pokazać, że nadmierne zwracanie uwagi na ten element jest największym przekleństwem w pracy informacyjnego dziennikarza telewizyjnego, to przewrotnie zrobił to w drugiej serii. Została ona poświęcona śledztwu dziennikarskiemu całej ekipy, które doprowadza do emisji materiału o tym, że amerykańscy żołnierze podczas jednej z misji użyli bojowego gazu: sarinu. Śledztwo kończy się klęską (stacja podaje nieprawdziwe informacje) na skutek niedopatrzeń zespołu i przede wszystkim dlatego, że jeden z dziennikarzy zmanipulował nagranie rozmowy z kluczowym świadkiem. Porażka jest dotkliwa także dlatego, że dziennikarze liczyli na widownię rzędu 2,5–3 milionów osób, a materiał obejrzało prawie 6. Sorkin nie tylko snuje opowieść o grupie szlachetnych dziennikarzy, ale jeszcze na dokładkę, jak w bajce, opatruje ją swoistym morałem – dziennikarze pobili rekord oglądalności, popełniając jednocześnie kompromitujący błąd.

Popularność, czy rzetelność?

Wiadomości 2.0 to szlachetny projekt, ale skutkuje on odpływem widzów. Jest 27 maja 2011. Konkurencyjne telewizje od tygodnia relacjonują proces Casey Anthony⁴. ACN tego nie robi, bo nie takimi historiami mają być wypełnione *Wiadomości 2.0*. Oglądalność spada o połowę. Proces potrwa jeszcze kilka tygodni, a zespół walczy o przeprowadzenie debaty wyborczej z kandydatami republikanów. Mniejsza liczba widzów oznacza, że politycy pójdą do innej telewizji. McAvoy marzy o debacie, bo chce, żeby była rzetelna i zmieniła na zawsze miały sposób pokazywania kandydatów przed wyborami. Dziennikarze decydują się na kompromis. Skinner i McAvoy decydują, że stacja będzie informować o procesie.

„Zapomnijcie wszystko, co wiecie o robieniu *newsów*”⁵ – mówi jeden z producentów na spotkaniu z zespołem i zaczyna pokazywać, jak przygotowane są relacje o Casey Anthony. Dla widza serialu to dość komiczna, ale i gorzka instrukcja manipulacji. Na ekranie prowadząca program. Producent mówi:

³ „Newsroom”, sezon 1, odc. 2, czas: 00:06:12.

⁴ W czerwcu 2008 r. na Florydzie zaginęła dwuletnia Cailee Anthony. Ciało dziewczynki znalezione zostało w okolicy domu jej dziadków pół roku później. Jej matkę Casey oskarżono o zabójstwo, ale mimo wielu mocnych poszlak nie udało się bezspornie udowodnić jej winy. Przysięgli uniewinnili ją w lipcu 2011. Proces i cała sprawa stały się, głównie za sprawą telewizji, spektaklem medialnym podobnym do tego, jaki w Polsce miał miejsce w latach 2012–2014, kiedy doszło do oskarżenia i skazania na 25 lat więzienia Katarzyny Waśniewskiej, która według sądu zabiła swoją półtoraroczną córkę Madzię.

⁵ „Newsroom”, sezon 1, odc. 8, czas: 00:21:11.

- W środku mamy Nancy, w rogach ekspertów.
- Od czego?
- Od potakiwania Nancy.

Są jeszcze filmiki z dzieckiem, zdjęcia rzeczy związanych ze sprawą, fotografie tatuaży Casey: „To oznacza złą matkę. Widząc je, każda kobieta poczuje się lepsza”⁶ – wskazuje proste chwytły producent. Tłumaczy też jak tego typu *oh-my-god-stories* trafiają do mediów. Skutki? „Wracają!” – cieszy się po programie, który był zaprzeczeniem idei Wiadomości 2.0, Lansing – „150 tys. w wieku 25–54. Prawie same kobiety. Tostery, meble, jedzenie, ubrania i wakacje” – mówi o reklamach. – „Nie przerywajcie!”. Widz serialu dostaje tezę, że odejście od lansowanych przez bohaterów Sorkina zasad działa na głupią (ta sugestia jest aż nadto czytelna) widownię.

Jednak nawet w takiej sytuacji zespół „News Night” znajduje sposób na rzetelniejsze niż inni podejście do tematu. Zapraszają na rozmowę kobietę, która kiedyś była z Casey Anthony w jednej szkole. Zamiast snuć wspomnienia, dziewczyna, przygotowana wcześniej przez dziennikarzy, odnosi się do szerszego kontekstu. Zwraca uwagę na to, że gdyby zabite dziecko było z rodziny imigrantów, nikt by się nim nie przejmował. Porusza też temat aborcji, pytając, co jest bardziej niehumanitarne: zabójstwo dziecka czy postawienie matki w sytuacji, kiedy je musi urodzić, a nie ma ani ochoty, ani możliwości, żeby dziecko wychować. Sorkin znów pokazuje, że nawet zajmując się sensacyjnymi wiadomościami, można to zrobić lepiej, niż zazwyczaj pokazują stacje telewizyjne (te serialowe i te realne). Po czym kolejny raz prezentuje swoje zdanie o widzach: na drzwiach butiku, w którym pracuje kobieta, ktoś tej samej nocy maluje napis *baby killer*. Dostajemy sygnał; *Wiadomości 2.0* mają problem z przebicciem się nie tylko w środowisku zawodowym bohaterów, ale i wśród odbiorców, którzy do nich nie dorośli.

W tle toczy się sprawa dotycząca planów podwyższenia długu publicznego, ich wpływu na spadki na giełdzie i w efekcie kryzys gospodarczy. Nie ma na nią czasu ze względu na sprawę Anthony. Widz serialu dostaje kolejny dowód na to, że pogoń za oglądalnością zabija rzetelność.

Niebezpieczny internet

W serialu Sorkina internet i nowe technologie nie pomagają w robieniu rzetelnych wiadomości, szczególnie jeśli wziąć pod uwagę internetowe źródła informacji. Serial pełen jest aluzji czy wprost wyrażanych zarzutów o ich nierzetelności. Oczywiście dziennikarze serialowego „Newsroomu” korzystają z możliwości, jakie daje sieć, ale nie są zwolennikami poważnego traktowania portali społecznościowych, czy blogów jako źródeł informacji. Jest wprowadzona co prawda postać młodego redaktora – zwolennika nowych technologii. Pojawia się na ekranie,

⁶ „Newsroom”, sezon 1, odc. 8, czas: 00:27:45.

kiedy trzeba z nich skorzystać (transmisja z ogarniętego rewolucją Egiptu, docieranie do bohaterów poprzez internet, czy zwrócenie uwagi na akcję *Occupy Wall Street*). Rola napisana jest jednak tak, że trudno traktować go zupełnie poważnie.

Scenarzysta w kompromitujący sposób prezentuje też ludzi aktywnych w sieci. Jedna z dziennikarek stacji chce doprowadzić do usunięcia z YouTube filmu, którego stała się mimowolną bohaterką. Odnajduje osobę (dzięki technologii geolokalizacji), która go umieściła w serwisie. Okazuje się, że to blogerka, „dziennikarka” nowych czasów. Nie zamierza usuwać filmu, dopóki nie dostanie obietnicy, że inna osoba z zespołu „News Night”, która ma na Twitterze kilkaset tysięcy śledzących, nie poleci właśnie w tym serwisie jej bloga. Sorkin nie dość, że pokazuje blogerkę jako mało inteligentną i pazerną, to jeszcze każe jej w scenariuszu nie spełnić obietnicy; kobieta dostaje upragnioną rekomendację, ale wcale nie usuwa filmu.

Sorkin krytykuje nawet najbardziej podstawowe i powszechnie dostępne technologie komunikacyjne. McHale, pisząc w e-mailu o tym, jak przed laty zdradziła Willa, niechcący rozsyła wiadomość do całego zespołu (zamiast do jednej osoby), bo informatycy właśnie zainstalowali jej „udogodnienie” w poczcie elektronicznej. Autor serialu pokazuje jej techniczną nieporadność, ale i to, że technologiczne „usprawnienia” zajmują czas, prowadzą do kłopotów. Zamiast pomagać – przeszkadzają.

Według scenarzysty świat telewizji sam się degraduje i jednocześnie oglupia widzów, a nadchodzące „nowe” wcale nie poprawia tego stanu, a wręcz go pogłębia. Widz, odbiorca, konsument informacji, przy pełnym wyborze treści nie potrzebuje pośredników, *gatekeepera*, który wybierze spośród informacji to, co mu zaserwować. Wcale zatem nie potrzebuje też *Wiadomości 2.0*. Decyduje sam, a jego wybory nigdy nie są dobre. Można narzekać, można też szukać logicznych wyjaśnień. „W prasie, radiu, telewizji ciężar odpowiedzialności spoczywał przede wszystkim na nadawcach; w internecie bardzo wzrasta ranga odpowiedzialności odbiorcy” (Pleszczyński 2015, s. 166).

Sorkin nie uważa, że odbiorca sobie poradzi. Nawet gdyby zaufał zawodowym dziennikarzom, też nie może być pewien istotności tego, co dostaje w czasach, gdy „istotna” może być zmultiplikowana w internecie bzdura: „*Gatekeeping* dokonuje się już w obrębie pojedynczego tekstu – i głównie dlatego, że coś zostało już opublikowane gdzie indziej [...] to jest miara ważności tego czy innego szczegółu” (Bauer 2009, s. 288). Recepta *showrunnerów* serialu? Wyjątkowym wyzwaniom mogą podołać tylko wyjątkowi ludzie – tacy, jak zespół redakcyjny „News Night”.

Stosunek Sorkina do internetu w świecie mediów lapidarnie podsumowuje dialog, jaki McAvoy prowadzi z dziennikarzem, który zamierza napisać o nim tekst. *Anchorman* ustala z nim zasady zbierania informacji w *newsroomie* i przestrzega, że to on (McAvoy) zdecyduje, które będą do wykorzystania:

- Jeśli atmosfera [tekstu – przyp. red.] mi się spodoba, zaczynamy.
- To casting?! [...] Czemu miałbym się zgodzić?

- Cztery lata temu gwiazdorzyłeś w „Newsweeku”, pisałeś 10 dużych artykułów rocznie i występowałeś w niedzielę w telewizji. Dziś prowadzisz blog.
- Twoja pogarda dla internetu...
- Jest równa twojej⁷.

Władza, pieniądze, koneksje

Will McAvoy przechodzi przemianę. Widz serialu poznaje go w trakcie uniwersyteckiej debaty, kiedy daje wyłącznie wymijające, żartobliwe odpowiedzi. Dowiadujemy się, że jest bystry, ale nie ujawnia swoich poglądów, lawiruje, nie zajmuje stanowiska. Dbą o to, żeby nikogo nie zrazić. Gdy jedna ze studentek zadaje mu pytanie: dlaczego Ameryka jest najwspanialszym krajem na świecie, McAvoy początkowo znów kluczy, potem jednak zaczyna kilkuminutową tyradę, podając m.in. argumenty, że Ameryka jest najlepsza na świecie tylko w trzech elementach: wydatkach na obronność, liczbie więźniów na mieszkańca i liczbie dorosłych ludzi, którzy wierzą w anioły. Wspomina, że była najwspanialszym krajem, kiedy walczyła z biedą, nie biednymi, troszczyła się o sąsiadów, zwalczała choroby i wspierała ekonomię. Pada znamienne zdanie, które jest jak klucz do całego serialu: „Robiliśmy to, bo byliśmy poinformowani. Przez wspaniałych ludzi, których szanowaliśmy[...]”⁸. To zapowiedź zmiany McAvoya, który podziwia dawnych prezenterów (Edwarda Murrowa, Waltera Cronkite’a)⁹ i to, jaką pełnili rolę. Sam spróbuje w kolejnych odcinkach wyjść z samozadowolenia, egoizmu, bycia neutralnym, nienarażania się widzom o podobnych (konserwatywnych) poglądach.

Najmocniej widać to w wątku krytykowania przez niego Tea Party, amerykańskiego konserwatywnego ruchu społecznego. McAvoy, sam zdeklarowany republikanin, unaocznia absurd, jakie głoszą, narażając się oczywiście swojemu środowisku, ale i właściciele stacji ACN, która robi interesy z miliarderami sympatyzującymi z tym ruchem. Leona Lansing początkowo próbuje wywierać naciski. McAvoy według niej powinien przestać punktować zwolenników Tea Party. Charlie Skinner (w filmie gra szefa idealnego, chroniącego swoich pracowników) nie przekazuje dalej jej żądań, więc Leona zaczyna działania, które mają skompromitować dziennikarza jej własnej stacji. McAvoy zaczyna być regularnie opi-

⁷ „Newsroom”, sezon 1, odc. 8, czas: 00:02:47.

⁸ „Newsroom”, sezon 1, odc. 1, czas: 00:07:17.

⁹ Edward Murrow (1908–1965), Walter Cronkite (1916–2009) – amerykańscy dziennikarze, obaj związani z CBS. Pierwszy zarówno w radiu, jak i telewizji, drugi początkowo był dziennikarzem prasowym, a od 1950 w telewizji. Obaj uznawani za ikony amerykańskiego dziennikarstwa. Murrow pamiętany jest głównie jako korespondent wojenny z Europy i człowiek, który przyczynił się w latach pięćdziesiątych, do upadku epoki makkartyzmu. Cronkite również był w Europie w czasie II wojny światowej, a po niej relacjonował proces norymberski. W latach 1962–1981 był prezydentem *Evening News*, jednego z najbardziej znanych serwisów informacyjnych w USA. Cieszył się powszechnym zaufaniem Amerykanów.

sywany przez tabloidowy magazyn TMI, który należy także do właścicielki ACN. Bohaterowie serialu dowiadują się z czasem, że wszystko jest preparowane po to, żeby pozbyć się go z programu. Dochodzi nawet do podsłuchiwania jego telefonu na zlecenie syna właścicielki. Widz serialu znów ma prosty wybór: z jednej strony ten „dobry”, czyli dziennikarz, który próbuje rzetelnie informować, z drugiej „źli” i bezwzględni właściciele, którzy dla swoich interesów nie cofną się przed niczym. Wszystko jakby na potwierdzenie słów profesora Walerego Pisarka, który odnosząc się do doktryny wolności prasy powiedział: „Jest wolność dziennikarza i wolność prasy [...] Wolność prasy, czyli tego, kto MA prasę. Paradoksalnie, wolność dziennikarzy zagraża wolności prasy”¹⁰.

W tym wątku ponownie zakończenie jest jak w bajce z morałem. Leona nie ma pojęcia, że jej syn wydał nakaz podsłuchiwania prezentera. Jest zaskoczona. Na dodatek jego przyznanie się zostaje nagrane, a materiał ma być gwarancją bezpieczeństwa McAvoya i ekipy. Dobro zwycięża. Przynajmniej na chwilę.

Zasady, głupcze!

Diagnostując, w swoim poczuciu, problemy środowiska dziennikarzy informacyjnych, scenarzysta wskazuje także recepty. W jednym z odcinków pojawia się historia postrzelenia kongresmanki Gabrielle Giffords¹¹. Zespół, jak we wszystkich odcinkach odnoszących się do prawdziwych wydarzeń, po zaskakującej informacji płynnie przechodzi od codziennej krzątany do intensywnej pracy. Widz ma złudne poczucie, że oto odkrywane są przed nim tajniki telewizyjnej kuchni. Każdy dziennikarz wie, jaka jest jego rola. Wszystko zaczyna działać jak w zegarku, McAvoy, siadając przed kamerą, ze złością zrzuca ze stołu tabloid, który opisuje jego prywatne kłopoty – główny temat tego odcinka. Profesjonalnie przechodzi od kłopotów do pracy. Zaczyna się serwis, z różnych mediów płyną sprzeczne informacje głównie dotyczące śmierci kongresmanki. Stażystka podchodzi do jednego z wydawców mówiąc, że jedna ze stacji radiowych twierdzi, iż Giffords nie żyje.

- Ktoś jeszcze to potwierdził?
- Nie.
- Więc na razie żyje¹².

Widz przekonuje się, że dziennikarze „News Night” ponad emocje stawiają podstawowe zasady dziennikarskie (potwierdzenie informacji w więcej niż jednym źródle). Pojawia się kolejna informacja, że FOX, NBC i CNN podają *news*

¹⁰ Profesor odnosił swoją wypowiedź do polskiej ustawy o prawie finansowym, ale zaznaczył, że bierze ona wzór z amerykańskiej doktryny stawiającej na pierwszym miejscu wolność prasy w przeciwieństwie do tradycyjnego europejskiego ideału odpowiedzialności i wolności dziennikarza (Marchwiana 2013, s. 43).

¹¹ Do wydarzenia doszło 8 stycznia 2011 r. w Tucson w Arizonie. Sprawca ciężko ranił Giffords, trafiając ją w głowę. Zabił kilkanaście innych osób.

¹² „Newsroom”, sezon 1, odc. 4, czas: 00:52:00.

o śmierci kongresmanki. To już nie byle stacja radiowa, choć zapewne wszyscy opierają się na tej jednej, wspomnianej wcześniej informacji. Ekipa gorączkowo szuka potwierdzenia w innych źródłach. Do studia wpada syn właścicielki stacji z awanturą, że tracą widzów, i domaga się od McAvoya natychmiastowego ogłoszenia, że kongresmanka nie żyje. „Wszyscy o tym mówią! – krzyczy i zwraca się do jednego z wydawców – Don, powiedz mu!” „To człowiek. Lekarz orzeka zgon. Nie media”¹³ – odpowiada Don, wcześniej sceptyczny co do nowego pomysłu na robienie wiadomości. Widz dowiaduje się, że idea *Wiadomości 2.0* odnosi skutek.

McAvoy wraca na antenę, nie mówi o śmierci kongresmanki. Kilka sekund później jedna z osób uzyskuje potwierdzenie w szpitalu, że Giffords żyje i jest przygotowywana do operacji. Kiedy Sorkin chce mówić o ważnych sprawach to zazwyczaj jest to skonstruowane właśnie w ten sposób – zdeterminowani (często koturnowi) dziennikarze „News Night” w walce o zmianę, czy raczej o powrót do rzetelnych reguł.

Jak pokazać polityka?

Wiadomości 2.0 miały, według założenia, dać wyborcom rzetelną informację o politykach, co ma szczególne znaczenie w trakcie kampanii wyborczych. Jeden z głównych wątków drugiej serii dotyczy tego, jakie są relacje między dziennikarzami i politykami i jaki to ma wpływ na to, co trafia do odbiorcy. Jeden z wydawców „News Night”, z powodu kłopotów osobistych, wyjeżdża z Nowego Jorku i rusza w podróż po kraju za Mittem Romneyem, w tamtym czasie kandydatem na kandydata republikanów w wyborach prezydenckich. Z ekipą Romneya jeździ autobus pełen dziennikarzy, których dni są podobne: rano pobudka, potem kilka oficjalnych spotkań, komunikat rzecznika, wieczór w barze. I tak przez kilka tygodni. Nowy nigdy nie brał w czymś takim udziału, choć jest doświadczonym dziennikarzem. Na początku dowiaduje się, że musi jeździć własnym samochodem, bo jego stacja „źle mówi o republikanach”. Jego pytania i domaganie się wywiadu z kandydatem są zbywane. Irytują też w końcu dziennikarzy i któregoś dnia jedna z koleżanek zwraca mu uwagę, że przeszkadza im w pracy swoją dociekliwością. On w rezultacie i tak dopina swego, powodując, że część jeżdżącej za kandydatem ekipy dziennikarskiej również zaczyna się domagać konkretów. Sorkin znów stawia jednego z głównych bohaterów w opozycji do reszty środowiska, które nie dotrzymuje standardów.

Jednak szczególne znaczenie ma dla zespołu wspomniana wcześniej debata telewizyjna kandydatów republikańskich do kongresu. Dziennikarze idą na ustępstwa i realizują temat Casey Anthony, żeby ratować oglądalność. Jednocześnie nadzwyczaj drobiazgowo przygotowują się do debaty. Wreszcie do-

¹³ „Newsroom”, sezon 1, odc. 4, czas: 00:53:13.

chodzi do spotkania z przedstawicielami republikanów, którzy proponują debatę jak zwykle składającą się z oświadczeń i krótkich odpowiedzi. McAvoy i Skinner namawiają do zmiany: „Pytania muszą być ostrzejsze. Trzeba skoncentrować debatę wokół faktów, a kandydatom przerywać, kiedy nie odpowiadają na pytania”¹⁴ – Will tłumaczy zamysł i zaprasza gości na pokaz tego, jak debata może wyglądać. Zespół analizował przez ostatnie miesiące wystąpienia poszczególnych kandydatów. Każdy nauczył się odpowiadać tak, jak „jego” kandydat. Rusza próbna debata. Poszczególne osoby usiłują odpowiadać jak politycy – „na okrągło” i bez konkretów. Pytający przerywa, punktuje, dopytuje. Jest dociekliwy. Goście mają dość – na osobności jeden z nich zarzuca dziennikarzowi, że chce skompromitować kandydatów. McAvoy odpowiada: „Znajdź takich, którzy odpowiedzą na te pytania. Jeśli będą odpowiedzialni za brednie, które wykrzykują, może się powstrzymają”¹⁵. Ta wypowiedź chyba najbarwniej opisuje założenie, że *Wiadomości 2.0* mają przydać się wyborcom. Drugi przedstawiciel sztabu zgadza się z McAvoyem i mówi, że ten, który sobie poradzi w takiej debacie, następnego dnia będzie prowadził w rankingach, a republikanie dzięki temu pozbędą się klaunów i będą mieć poważną dyskusję, poważnych kandydatów. Jego kolega rzuca, że chce „starego McAvoya”. Nie zgadza się też, żeby McHale była wydawcą debaty. Will każe mu wyjść. On pyta dwie osoby z zespołu, czy poprowadzą debatę. Słyszy: „Wal się”. Sorkin po raz kolejny pokazuje widzowi, że stworzona w scenariuszu przez niego grupa dziennikarzy jest jak z opowieści o muszkietierach Dumasa.

Zespół jest przybity, ale trzeba przygotować program. Podsumowaniem wszystkiego jest decyzja o całkowitej zmianie porządku anteny – „spadają” informacje o zabójczyni dziecka. Z godzinnych wiadomości połowa ma być poświęcona problemowi rosnącego długu publicznego. Dziennikarze na wieść o tym biją brawo. *Dream team* jest moralnym zwycięzcą. Widz dodatkowo, tak jak w każdej sytuacji, kiedy dziennikarze muszą działać pod presją czasu, może ocenić i docenić, jak płynnie przechodzą do obowiązków. Na końcu tego odcinka Sorkin, dla kontrastu do ludzi z „News Night”, prezentuje dwóch przedstawicieli republikanów siedzących w barze. Jeden drugiemu pokazuje fragment debaty w CNN. Jedna z kandydatek jest pytana: „Pani kongresman, Elvis czy Johnny Cash?” Chciałoby się powiedzieć: Kurtyna!

Wilk w owczej skórze jako wzór

Will McAvoy jest dumny ze swoich republikańskich poglądów: „[...] dorastałem w miasteczku, pod miasteczkiem, pod Lincoln, w Nebrasce. Pierwszego demokratę spotkałem na I roku studiów...” – lapidarnie tłumaczy, jak ukształtowa-

¹⁴ „Newsroom”, sezon 1, odc. 9, czas: 00:34:40.

¹⁵ „Newsroom”, sezon 1, odc. 9, czas: 00:38:21.

ły się przekonania chłopaka z głębokiej prowincji. Mimo to najmocniej uderza w ruch, który jest bliski jego przekonaniom politycznym. Można powiedzieć, że jest w tym serialu tzw. „dobrym republikaninem”, wyznawcą konserwatywnych wartości, ale w ramach zdrowego rozsądku, świadomym i tolerancyjnym. Ludzie z Tea Party służą mu, a właściwie Sorkinowi, dla kontrastu. Jego postawa dla przeciętnego widza nie jest jednak wiarygodna. Fikcyjny *newsroom* potrafi wywołać wrażenie (czy złudzenie) realizmu u człowieka, który nigdy nie miał do czynienia z mediami „od kuchni”, natomiast poglądy polityczne McAvoya i to, jak je wyraża, wydają się deklaratywne, nie sprawiają wrażenia rzeczywistych; jeśli budzą rzeczywiste emocje, to prawdopodobnie u ludzi szukających w serialu potwierdzenia własnych opinii.

„Newsroom” nie spowodował znacznej aktywności fanów, nie ma nawet własnej strony internetowej (poza podstroną w serwisie HBO). Kiedy przejrzeć wątki na jego forum, na około 120 większość zawiera tylko pojedyncze wpisy. Około dziesięciu ma ich więcej niż kilkadziesiąt. Najpopularniejsze (100–200 wpisów) to te dotyczące akcji w poszczególnych odcinkach, ale istotny (ponad 40 odpowiedzi) jest m.in. wątek: „«Newsroom» to kłamstwo”, gdzie inicjator zwierza się, że zgodził się z tyradą Willa w pierwszym odcinku, bo tego mu właśnie brakuje w Ameryce, a potem dodaje, że McAvoy, który atakuje tylko prawicę, jest „wilkiem w owczej skórze”¹⁶. Pozostali komentatorzy mu wtórują. I choć opinie są dla osoby niezaangażowanej politycznie co najmniej przesadne, żeby nie powiedzieć śmieszne, to jednak trudno ukryć, że cały serial wyraźnie pokazuje, po której stronie są sympatie polityczne jego twórców. Zapewne z tego powodu konserwatyści, „bratnie dusze” fikcyjnego Willa, podeszli do filmu bardziej serio, szerzej, niż tylko jak do rozrywki. W Polsce znaleźli nawet odniesienia personalne. Piotr Zaremba, publicysta związany między innymi z tygodnikiem *wSieci* pisał o „Newsroomie”:

Doceniałem dotykane uniwersalnych pytań zawodu – na ile schlebiać masowej publiczności, a na ile ją edukować, jak unikać ręcznego sterowania przez uwikłanych w biznes i politykę właścicieli. Ale odpychała dydaktyka amerykańskiej lewicy.

McAvoy jest o niebo mądrzejszy niż Lis, lecz równie zadufany w swoim przekonaniu, że nie ma co się fatygować z obiektywizmem wobec ideowych wrogów. Nie lubię filozofii społecznej Tea Party, ale jego wymierzone w to środowisko tyrady drażniły, bo były naznaczone tą okropną wiarą we własną boskość (Zaremba (2015).

Łukasz Adamski poszedł jeszcze dalej. W recenzji serialu pouczał, że prorządowi (jego zdaniem) polscy dziennikarze powinni „Newsroom” obejrzeć:

Paradoksalnie mimo tego, że serial ma przechyl liberalno-lewicowy, to jest on prawdziwą szpilą w prorządowe dziennikarstwo *made in Poland*. Skala prymitywnej propagandy polskich *mainstreamowych* mediów w ostatnich latach jest tak

¹⁶ Inicjator tego wątku przedstawia się jako Robert O'Brian [<http://talk.hbo.com/t5/The-Newsroom/The-Newsroom-is-a-Lie/m-p/40073#U40073>; 16.01.2016].

ogromna, że nawet ludzie nieszczególnie uczuleni na medialne manipulacje zaczynają ją dostrzegać (Adamski 2013).

McAvoy to republikanin, pozostałym członkom zespołu stacji bliżej chyba do demokratów, ale są w filmie chwile, gdzie łączy ich nie tylko profesjonalizm, etos zawodu, ale również wspólne przekonanie o wyjątkowej roli kraju, w którym żyją, jego misji i szczególnej pozycji. Epizody dotyczące zabicia Osamy bin Ladena czy dziesiątej rocznicy zamachów z 11 września 2001 roku są przesycane patosem, sentymentalizmem, ale i wiarą bohaterów w słuszność tego, co robią władze ich kraju.

Za przeciwwagę można uznać z kolei scenę z 2. odcinka 3. serii, kiedy do redakcji wkracza kilkudziesięciu agentów FBI, szukając materiałów pozwalających odkryć tożsamość jednego z informatorów. Scena jest przytłaczająca: grupa bezradnych dziennikarzy, radzących sobie dotąd w różnych sytuacjach, nie może, ale też i nie bardzo wie, jak mogłaby zareagować na taki pokaz siły.

Dziennikarze w innych serialach.

Stworzony w „Newsroomie” zespół to swoisty wyjątek, gdy chodzi o pokazywanie dziennikarzy w serialach. Zazwyczaj przedstawia się ich jako cyników funkcjonujących w tym samym co politycy „brudnym” świecie, często po prostu z nimi zblatowanych.

Zoe Barnes, młoda dziennikarka z „House of Cards” (2013–2015), nie waha się przed zdobywaniem informacji od głównego bohatera, sypiając z nim. On wykorzystuje ją do preparowania medialnych przecieków, dzięki którym może snuć intrygi w swoim środowisku, ona jego – do przyspieszenia swojej kariery. Kiedy widzowi wydaje się, że to szczyt cynizmu młodej, aspirującej dziennikarki, w jednym z odcinków jej starsza, doświadczona koleżanka bez ogródek opowiada, z kim z Kapitolu i dla zdobycia których informacji poszła do łóżka. Dla Barnes cała sprawa kończy się tragicznie. Kiedy świadoma tego, co robiła, zastanawia się nad wyjawieniem intryg głównego bohatera – Franka Underwooda, ten ją po prostu zabija. W porównaniu do tego, co proponuje w scenariuszu „Newsroomu” Aaron Sorkin, nie sposób uznać, że ten „marny koniec” to morał czy kara. Jest to raczej podkreślenie, że w tym świecie nie ma miejsca na nic dobrego (choć widz ma poczucie, że sytuacja jest nieprawdopodobna).

Motywny dziennikarki, która stawia sukces zawodowy nad przyzwoitością, pojawia się też w serialu „Czarne lustro” („Black Mirror”, od 2011). W jednym z odcinków występuje wątek politycznego porwania. Jedna z dziennikarek przesyła ministerialnemu urzędnikowi swoje roznegliżowane zdjęcia w zamian za kolejne, uzyskiwane na gorąco, informacje o sprawie. Zdjęcia są tylko obietnicą dalszego ciągu – nagrodą dla urzędnika ma być spotkanie. W zamian ona dostaje wskazówki i trafia w miejsce policyjnej interwencji; w konsekwencji zostaje ranna. Przekaz jest stosunkowo prosty: nie dość, że sprzedajna, to jeszcze głupia.

Z kolei w produkowanym przez HBO polskim „Pakcie” (2014) mamy do czynienia z sytuacją, gdy każde błoto, jakim można polityka obrzucić, wywołuje automatyczne i bezrefleksyjne zainteresowanie dziennikarzy. Gazeta bez wystarczającej weryfikacji publikuje materiały z nagrań rzekomo kompromitujących jednego z ministrów. Dziennikarka karierowiczka naciska na publikację, ale gorzej wypada tu redaktor naczelny, któremu (jak w „Newsroomie”) zależy tylko na wskaźnikach czytelnictwa. W „Pakcie” jest też jednak przeciwwaga dla takich dziennikarzy. Główny bohater Piotr Grodecki i szef jego działu nie godzą się na te metody i w rezultacie tracą pracę. Choć wątek dziennikarski w „Pakcie” nie jest najmocniejszą stroną scenariusza, to jednak obraz mediów jest bliższy rzeczywistości niż w przypadku dziennikarzy pokazanych przez Sorkina.

Aaron Sorkin postawił na drużynę, która walczy o zasady w degenerującym się (jego zdaniem) świecie mediów. Jednym z objawów złych zmian jest według niego rozwój technologii, komunikacji opartej na internecie i mediach społecznościowych. Prognozę, do czego może doprowadzić rezygnacja z odpowiedzialnych mediów przy jednoczesnym rozwoju technologii i nowych sposobów komunikacji, widz dostaje w brytyjskim serialu „Black Mirror”. W odróżnieniu od charakteryzującego się narracyjną ciągłością „Newsroomu”, ten serial składa się z różnych historii, powiązanych jedynie głównym tematem. Każda z nich jest przewrotną, czasem karykaturalną, ale niepokojącą wizją tego, jak technologie zmieniają/zmieniają nasze życie. To świat, w którym dziennikarze są cyniczni lub skorumpowani, mediami rządzą rozrywkowe i sensacyjne zapotrzebowania publiczności oraz wyniki oglądalności, plugawe lub niebezpieczne informacje są natychmiast kolportowane w mediach społecznościowych, a zależność od mediów i oglądalności nie tylko decyduje o doborze informacji, lecz może realnie zmienić wyniki wyborów politycznych. Zwykli ludzie są tu jednocześnie sprawcami zła i ofiarami mediów, odzierających jednostkę z prywatności, zadowolających najbardziej sadystyczne i wojerystyczne skłonności. Ten serial, błyskotliwie opowiedziany, z dużą starannością sfilmowany w różnych stylach i estetykach, to już rodzaj emocjonalnego szantażu na widzu: jeśli nie powściągniemy swej fascynacji technologią i mediami, czeka nas globalna katastrofa.

Gdzie serial, gdzie rzeczywistość?

„Newsroom” może dać złudzenie uczestnictwa w pracy dziennikarzy. To zasługa scenarzysty i reżysera. Wpływa na to także konstrukcja narracji – wymieszanie wątków fikcyjnych i odniesień do prawdziwych wydarzeń. Jednak serial jest raczej odległy od prawdy o codzienności w telewizyjnym *newsroomie*. Tomasz Lis, doświadczony dziennikarz i prezenter telewizyjny w TVP, Polsacie i TVN porównuje pracę „w *newsach*” do pracy fizycznej:

[...] jest to robota wymagająca po prostu tego, żeby usiąść i zrobić swoje, wykonać swoją robotę. Nie ma drogi na skróty. Nie ma fruwania. Czasem, dzięki Bogu, dziennikarstwo jest fruwaniem, ale na co dzień jest robotą na tokarce (Machała 2013).

Wtóruje mu, odnosząc się konkretnie do „Newsroomu” i pokazując różnice w stosunku do rzeczywistości, Tomasz Machała, były reporter telewizyjny w Pol-sacie i TVN:

[...] telewizyjny serial, żeby miał swoją dynamikę, nie może prezentować tych długich momentów „pracy na tokarce”. Musi pokazywać tylko te chwile, w których „się dzieje”. W których, jak to się mawia w *newsroomie*, „żre”. W „Newsroomie” więc bez przerwy „żre” (Machała 2013).

Piotr Kraśko, były prezenter Wiadomości w TVP 1, odnosząc się do wątku, gdy dziennikarze z serialu długo zastanawiają się, czy podać informacje o płonącej platformie BP, stwierdza:

[...] gdyby oni pracowali w takim tempie, jak robią to w pierwszym odcinku, to mogliby robić raczej tygodnik, a nie serwis codzienny. [...] Momentami ten serial, przynajmniej ten odcinek, ma tyle do pracy w serwisie newsowym, jak „Szpital na peryferiach” do pracy na ostrym dyżurze (Wiatrak 2012).

Rozrywkowa forma, poważne tematy

Z bohaterów Sorkina można się śmiać, narzekać na ich naiwność, słaby realizm serialowego wizerunku mediów. Jednak w dzisiejszych dyskusjach o tabloidy-zacji, mieszanii informacji z rozrywką czy utracie przez dziennikarzy poczucia odpowiedzialności za słowo recepta *showrunnerów* „Newsroomu” może być wskazywana jako sposób na poprawę mediów.

Uwagi Małcużyńskiego, który wywołał sporą dyskusję na temat głównego polskiego publicznego program informacyjnego, są jakby wzięte z koncepcji *Wiadomości 2.0* z serialu Sorkina:

[...] oglądalność nie może być jedynym kryterium dla telewizji publicznej. Właśnie to spowodowało, że „Wiadomości” nie są już programem informacyjnym. [...] co-rzaz częściej jest taki styl, że na 36 ujęć jest 22 z udziałem reportera, czy reporterki. Wiarygodnego reportera nie trzeba cały czas pokazywać. Ważniejszy jest człowiek, z którym się rozmawia (Kucharski 2013).

Z kolei Anne Applebaum wychodzi wprost z tezą, że media społecznościowe szkodzą publicznej debacie:

W krajach, w których nie funkcjonują niezależne media sprawdzające fakty (bo są zbyt drogie, bo internet zniszczył rynek reklam, bo rządy wywierają presję na dziennikarzy), znika też możliwość cywilizowanej rozmowy. Jeżeli w różnych miejscach w sieci pojawiają się odmienne wersje zdarzeń; jeżeli nikt nie potrafi uzgodnić, co się naprawdę wczoraj stało; jeżeli podrobione, zmanipulowane albo kłamliwe sieci informacyjne są wspomagane przez tłumy trolli internetowych, to

teorie konspiracyjne – czy to skrajnej lewicy, czy to skrajnej prawicy – nabiorą takiego samego znaczenia jak rzeczywistość. [...] możesz zamieszkać w bańce mydlanej całkowicie oderwanej od jakiegokolwiek rzeczywistości poza tą stworzoną przez blogerów ze skrajnej prawicy, lewicowych anarchistów albo spin doktorów z Kremla. [...] Jednak długofalowe skutki dezinformacji są poważniejsze; prowadzi ona do cynizmu i apatii. Z czasem spowoduje, że nikt w nic nie będzie wierzył. Ludzie przestają się niepokoić kłamstwami Trumpa, Putina lub PI [Państwa Islamskiego – przyp. red.] – bo i tak nie wierzą w to, co czytają. Tyle jest tych śmiecących informacji, że nie da się dociec, co jest prawdą (Applebaum 2015).

Prawie ćwierć wieku temu, obserwując ewolucję mediów, Carl Bernstein zauważył: „tworzymy już nawet nie subkulturę, ale kulturę idiotów, gdzie dziwactwo, chamstwo i głupota stają się nie tyle normą, co ideałem” (Bernstein 1992, s. 25–26). Pamiętając o tym, i zachowując dystans do wizji Sorkina, można zadać sobie pytanie, czy nie chcielibyśmy, żeby pozwolono przygotowywać wiadomości w mediach, z których korzystamy, ludziom wyznającym podobne zasady co dziennikarze wymyśleni przez scenarzystę „Newsroomu”? I zaraz potem kolejne: czy oglądalibyśmy je regularnie? To w istocie pytania o to, jak długo tradycyjny model dziennikarstwa informacyjnego może być jeszcze uznawany za standard, punkt odniesienia i na ile możliwe jest, że zapanuje sytuacja jak z „Czarnego lustra”? „Dziennikarstwo [...] nie ma przyszłości. Ale media przyszłość mają” – mówi z pewnym optymizmem medioznawca Tomasz Goban-Klas (Kloc 2013, s. 104). To w równym stopniu pochwała możliwości mediów, jak i rodzaj przekleństwa na miarę „obys żył w ciekawych czasach”.

Bibliografia

- Adamski Ł. (2013). NEWSROOM Każdy prorządowy żurnalista powinien to obejrzeć NASZA RECENZJA. wpolityce.pl, 16.06.2013 [<http://wpolityce.pl/kultura/248379-newsroom-kazdy-prorzadowy-zurnalista-powinien-to-obejrzec-nasza-recenzja>; 13.01.2016].
- Applebaum A. (2015). Gdy nikt w nic nie wierzy. *Gazeta Wyborcza*, 19.12.2015 [<http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132749,19369796.html?i=0>; 4.01.2015].
- Bauer Z. (2009). Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Teoria. Historia. Praktyka. Kraków.
- Bernstein C. (1992). The idiot culture. *The New Republic*, 6.06.1992 [http://carlbernstein.com/magazines_the_idiot_culture.pdf; 21.01.2016].
- Kloc J. (2013). Goban odkrywca – podróże po nauce. W: R. Wietoszek (red.). *Przodownicy prasy*. Kraków.
- Kucharski S. (2013). Wpadki, niedbalstwo i komercja. Były szef redakcji zagranicznej o TVP *Gazeta Wyborcza* 12.08.2013 [http://wyborcza.pl/1,76842,14423990,Wpadki_niedbalstwo_i_komercja_Byly_szef_redakcji.html; 30.12.2015].
- Machała T. (2013). Telewizyjny newsroom i „Newsroom”. Życie a serial HBO, *natemat.pl*, 1.08.2013 [<http://natemat.pl/70141,telewizyjny-newsroom-i-newsroom-zycie-a-serial-hbo>; 12.01.2016].
- Marchwiana M. (2013). Walery Pisarek – szesnastoletni profesor. W: R. Wietoszek (red.). *Przodownicy prasy*. Kraków.
- Pleszczyński J. (2015). *Etyka dziennikarska i dziennikarstwa*. Warszawa.

- Radomski J. (2012). Łukasz Grass, dziennikarz TOK FM: Chcę walczyć ze stereotypem, że jak profesor to garbaty, jak sportowiec to głupi. *natemat.pl*, 17.09.2012 [<http://http://natemat.pl/31663,lukasz-grass-dziennikarz-tok-fm-chce-walczyz-ze-stereotypem-ze-jak-profesor-to-garbaty-jak-sportowiec-to-glupi>; 12.04.2016].
- Wiatrak M. (2012). „Newsroom” ma się do rzeczywistości jak „Szpital na peryferiach” do pracy na ostrym dyżurze, *Gazeta.pl*, 16.07.2012 [http://kultura.gazeta.pl/kultura/1,127222,12134041,Piotr_Krasko_dla_Gazeta_pl__Newsroom_ma_sie_do_rzeczywistosci.html; 11.01.2016].
- Zaremba P. (2015). WSieci: Zaremba o końcu NEWSROOM: Śmierć dziennikarstwa, *wpolityce.pl*, 11.01.2015 [<http://wpolityce.pl/kultura/253093-wsieci-zaremba-o-koncu-newsroom-smierc-dziennikarstwa>; 13.01.2016].

STRESZCZENIE

Dziennikarze i media w „Newsroomie”. Gdy telewizja odbija samą siebie

„The Newsroom” opowiada historię zespołu dziennikarskiego przygotowującego codzienny telewizyjny serwis informacyjny. Scenarzysta Aaron Sorkin pokazał, jak próbują zmienić sposób informowania widzów swojego programu, odejść od tematów sensacyjnych i tabloidowych na rzecz tych, które mogą mieć realny wpływ na życie odbiorców. Tekst docieka, jaki obraz współczesnych mediów otrzymują widzowie tych seriali i przed czym mogą ostrzegać ich twórcy.

Słowa kluczowe: informacja, dziennikarstwo, serwisy informacyjne, etyka, reprezentacja